

# CMC (Computer-Media-Communication) における自己開示で ブログ利用者はどのような心理的期待を持っているのか

What are the psychological expectation of blog users who disclose about  
oneself on Computer-Media-Communication?

多和 千里

人文科学研究科

臨床心理学専攻

Chisato Tawa

Graduate School of Humanities, Division of Clinical Psychology

## 要 約

本研究の目的は、①ブログ利用者の心理的期待、②書き込み前後のモチベーションの変化、③“現実場面”と“CMC場面”における自己開示の差異と相関、④“CMC場面”内における書き込み内容間の自己開示の相関、について明らかにすることである。

予備調査で、ブログ利用者の書き込み内容は8つのカテゴリーに分類された。本調査では、ブログ利用者の心理的期待（自由記述）、書き込み前後のモチベーションの変化（自由記述），“現実場面”と“CMC場面”の2つの場面での書き込み内容の8つのカテゴリーについて自己開示（7段階評定）を尋ねた。

以下のような結果が得られた。

①ブログ利用者の心理的期待では、6項目の上位概念が抽出された。それらは＜自己に向かう効用＞、＜他者交流＞の2つに分けられた。

②利用者の多くが、書き込み後に「ポジティブ効果」を感じていることが明らかになった。特に「文章能力の向上」や「作業の向上」があげられていた。

③“CMC場面”における「学校・職場・育児」、「友人・同僚関係」についての自己開示は、“現実場面”よりも有意に低かった。正の相関は、「家族・家庭生活」、「恋愛」、「進路・将来」、「趣味・関心・娯楽」で見られた。

④“CMC場面”における「自分の情報・身分・立場」と「友人・同僚関係」には負の相関、「友人・同僚」と「恋愛」には正の相関が見られた。

【Key Word】 CMC 自己開示 ブログ 心理的期待 視覚的匿名性

## I 問題と目的

### 1. 現代におけるCMCの発展

近年、コミュニケーションもCMC(Computer-Media-Communication)を中心に大

きく変化してきている。インターネットを使用したコミュニケーションツールはより身近なものとなった。ブログやSNSには当然ながら自己情報が含まれている。ここか

ら自己開示に注目していきたい。

## 2. 自己開示について

Jourard (1971) は「個人的な情報を他者に知らせる行為」(act of revealing personal information to others) を自己開示と定義している。どのような人物であるかとは、自分の性格や身体的特徴、考えていること、感じていること、経験や境遇などの自己の性質や状態をあらゆる事柄としている。榎本 (1997) によれば「自分がどのような人物であるかを他者に言語的に伝える行為」としている。

自己開示の機能について述べる。安藤 (1986) は①感情浄化機能、②自己明確化機能、③社会的妥当化機能、④二者関係の発展機能、⑤社会的コントロール機能、⑥親密感の調整機能の6項目であると述べている。

## 3. CMCにおける自己開示

### (1) CMCにおける自己開示の特徴

CMCにおける自己開示の促進要因として視覚的匿名性が挙げられる。高橋ら (2007) は視覚的匿名性を「未知・既知に関わらず、コミュニケーションの際に相手の顔が互いに認識できない状況であること」と定義している。このCMCの特性ゆえにユーザーは正直に、感じたことや考えたことを表現するとされている (McKenna & Bargh, 2000)。また、Walther (1996) もCMCの持つ視覚的匿名性が互いの印象を好意的なものにし、高度な社会的関係を形成すると主張している。

### (2) CMCにおける自己開示の定義

最近では、写真などの映像を用いて自己開示をすることもあるが、本研究では、言語的なものに言及することとする。

本研究では、インターネットにおける自己開示の定義を榎本の定義を参考にし、「自分自身に関する情報をインターネット上で不特定多数の他者に言語的に伝える行為」とする。

## 4. 目的

目的は以下の4つである。

- ① ブログ利用者がどのような心理的期待を持っているのかを明らかにする。
- ② ブログの書き込み前と書き込み後のモチベーションの変化を明らかにする。
- ③ “現実場面”と“CMC場面”における自己開示の差異と相関について明らかにする。
- ④ “CMC場面”内における書き込み内容間の自己開示の相関を明らかにする。

## II 方法

### 1. 調査対象者および調査時期

ブログを利用しており、3か月以上の放置がない10代～50代の男女73名を調査対象とした。予備調査が2014年1月～2月、本調査 (Webアンケート調査) が2014年4月～10月。

### 2. 調査手続き

#### (1) 予備調査

Web上で収集したブログの記事を内容分析で分類したところ次の8つのカテゴリーが抽出された。①自分の情報・身分・立場、②身体・性、③学校・職場・子育て、④家族・家庭生活、⑤恋愛、⑥進路・将来、⑦趣味・関心・娯楽、⑧友人・同僚関係

#### (2) 本調査；Webアンケート調査

- 1) faceシート：性別/年代/地域/職業  
 2) 質問項目：①何を期待してブログに書き込みを行っているか（自由記述）/②ブログを書く前と書いた後のモチベーションの変化について（自由記述）/③CMCにおいて予備調査で得られた8つのカテゴリーをどの程度話すか（7段階評定：とてもよく話す～全く話さない）/④対面場面において予備調査で得られた8つのカテゴリーをどの程度話すか（7段階評定：とてもよく話す～全く話さない）

### 3. 分析

#### (1) ブログ利用者がどのような心理的期

#### 待を求めているのかについて

Webアンケート調査で得られた自由記述の結果については、内容分析的手法を用いて分析を行う。

#### (2) ブログの書き込み前と書き込み後のモチベーションの変化

Webアンケート調査で得られた自由記述の結果については、内容分析的手法を用いて分析を行う。

#### (3) “現実場面”と“CMC場面”の2つの場面における自己開示の特徴

① “現実場面”と“CMC場面”の2つの場面におけるカテゴリーごとの自己開示

表1 ブログ利用者がどのような心理的期待を持っているのかについて

上位概念	中位概念	下位概念
自分の行動確認	備忘録	何かを期待としてというよりも備忘録的 他（8）
	日記	紙に書くよりも早く、本当にどこにでも持ち歩ける日記のような感覚なのでブログのことで他者に対して期待することはない。他（2）
気持ちの表出・回顧	気持ちの整理	状況・気持ちの整理として書いています。他（2）
	ストレス発散	ストレス発散
	自己内省	将来自分で読み直して過去の出来事や気持ちを思い出せるように普段話さない分、自分の好きなように書いている。
自己充足感	自己満足	自己満足 他（2）
	達成感	文章がよくて中身もいい記事を書いた達成感を得たいので書き続けています。
	自己鍛錬	わかりやすい文章、人目を惹くような文章を意識することで多少の文章力アップを目指しています。他（2）
	娯楽	趣味活動 他（2）
実利	収益	アクセスアップでネット収益を上げるため 他（1）
	宣伝	創作活動をしているので、その宣伝
事実の情報交換	情報の発信	自分の情報が、他の人の参考になるなら、という思い。他（3）
	情報の受信	自分の知らない情報を得るため。他（1）
気持ちの交流	共感	ひとつは共感です。他（1）
	他者交流	ブログを通じた他者との交流 他（2）
	他者からの反応	読者からのリアクション 他（2）
	読者へのサービス	読んでいる人に喜んでもらう。他（1）

の出現頻度について検討するため、対応サンプルによるウィルコクソンの符号付順位検定を用いて検討する。

② “現実場面” と “CMC場面” の2つの場面における自己開示度の出現頻度の相関について検討するため、スピアマンの順位相関係数を用いて検討する。

#### (4) “現実場面” 内と “CMC場面” 内における自己開示の関連

“CMC場面”内における各カテゴリーの自己開示の出現頻度において相関があるか検討する。スピアマンの順位相関係数を用いて検討する。

#### 4. 倫理的配慮

本研究は跡見学園女子大学文学部臨床心理学科の倫理委員会審査にて承認された(受付番号：140004)。

### Ⅲ 結果

#### 1. 調査対象者の基本情報

10代～50代の男女73名のうち回答を得られた19名(回収率26.3%)。

(1) 性別 男性12名, 女性7名

(2) 年代 10代4名, 20代10名, 30代3名

(3) 地域 東北1名(5%), 関東6名, 中部6名(32%), 近畿3名(16%), 中国1名, 九州・沖縄2名

(4) 職業 学生11名, 会社員4名, 自営業1名, 技術・専門職1名, パート・アルバイト1名, 主婦1名

#### 2. ブログ利用者がどのような心理的期待を持っているのかについて

内容分析的手法で分類した簡略図の結果を表1に示した。

#### 3. ブログの書き込み前と書き込み後のモ

表2 ブログの書き込み前と書き込み後のモチベーションの変化

上位概念	中位概念	下位概念
書き込み後のポジティブ感情	カタルシス	文字に起こすことで整理をつけるので書いた後はスッキリすることが多いです。他(5)
	達成感	それがどうであれ書いた後は達成感がある。他(2)
	期待	どのくらいの人数, 共感が得られるか, という期待。他(1)
	安心感	書いた後はこれで忘れても日記を見ればある程度は思い出せる。
書き込み後のマイナス感情	作業の向上	ほかにネット上で公開したことでToDoリストのようなものは全く無視できなくなり, 作業ができることが増える。
	後悔	時々, 書きすぎたかなと後悔もある。
	不安	この書き方で, 知り合いに自分だとバレないか。という不安が出てくる。
書き込み後の不変さ	落胆	落胆。
	変化なし	特に変化はない。他(2)
動機づけ	不明瞭	自分ではよくわからない。
	消極的状態	最近は更新頻度が少ないため書く前のモチベーションとしては低い。面倒くさいという状態である。
	積極的動機	書く前は忘れないうちに書かないと。他(1)

### チベーションの変化について

内容分析的手法で分類した簡略図の結果を表2に示した。

#### 4. “現実場面”と“CMC場面”における各カテゴリー間の自己開示の特徴

##### (1) 2つの場面における各カテゴリー間の自己開示の『差異』について

① “現実場面”と“CMC場面”における「学校・仕事・育児」において5%水準で有意差が認められた ( $z=2.09, p<.05$ )。“CMC場面”の自己開示が“現実場面”に比べ有意に低かった。

② “現実場面”と“CMC場面”における「友人・同僚関係」において1%水準で有意差が認められた ( $z=3.11, p<.01$ )。“CMC場面”の自己開示が“現実場面”に比べ有意に低かった。

##### (2) 2つの場面における各カテゴリー間の自己開示の『相関』について

① “現実場面”と“CMC場面”における「家族・家庭生活」において正の相関が見られた ( $\rho=.595, p<.01$ )。

② “現実場面”と“CMC場面”における「恋愛」において正の相関が見られた ( $\rho$

$=.690, p<.01$ )。

③ “現実場面”と“CMC場面”における「進路・将来」において正の相関が見られた ( $\rho=.648, p<.01$ )。

④ “現実場面”と“CMC場面”における「趣味・関心・娯楽」において正の相関が見られた ( $\rho=.475, p<.05$ )。

#### 5. “CMC場面”内における書き込み内容(カテゴリー)間の自己開示の『相関』について

① “CMC場面”内における「自分の情報・身分・立場」と「友人・同僚関係」には、負の相関が見られた ( $\rho=-.549, p<.05$ )。

② “CMC場面”内における「友人・同僚」と「恋愛」には、正の相関が見られた ( $\rho=.696, p<.01$ )。

## IV 考察

### 1. ブログ利用者がどのような心理的期待を持っているのかについて

①『自分の行動確認把握』に含まれる「備忘録」という意見が一番多かった。時系列ごとに記録されているので、振り返って見た時に、“自分自身の成長記録”とし

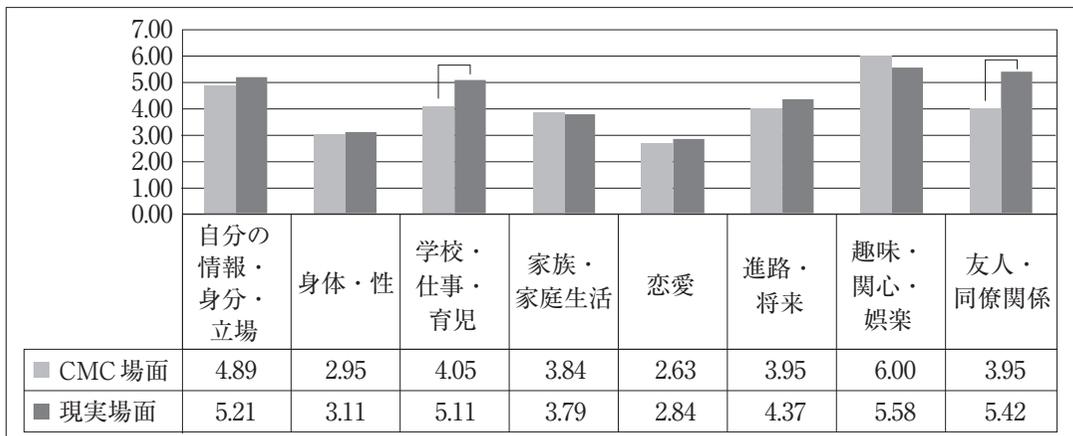


図2. “現実場面”と“CMC場面”との2つの場面における各カテゴリーの自己開示の平均値の棒グラフ

て視覚化できることから通じているのではないかとも考えられる。これは、どことなく「アルバム」を思い出させる。アルバムでは、写真のみの記録が多く具体的な記載はないので、事細かに当時のことを思い出すのは難しいという点も考えられる。しかし、ブログでは写真とともに、詳細な文章も併用されているため、アルバムよりも、より一層思いだしやすくなっているのではないかと考えられる。

②『気持ちの表出・回顧』について考察する。これは、文字に書き起こすことで「カタルシス効果」を自然と得ようとしているのではないかとと思われる。

現実場面において、「気持ちの整理」がつかない時に、自分の気持ちを表明することで、自分自身を見つめなおすことが出来ると思われる。これは下位概念の「自己内省」に通じるように考えられる。ブログを書くという行動により、気持ちが整理され、そこから自己内省をし、自分自身の行動によりよい変化をもたらそうという意識が少なからずあるようにも見える。これらのことは、安東（1986）の「①感情浄化機能」および「②自己明確化機能」とも考えられる。

③『自己充足感』について考察する。「自己満足」や「達成感」が得られると、自己肯定感が高まるように感じられる。ここで、注目しておきたいのが「自己鍛錬」である。「自己鍛錬」の内容を見ると、文章能力の向上に言及しているのが3つあった。ブログは、不特定他者からも見られる特性上、“他人にも分かりやすい文章”を意識し、推敲を重ねていることも推測できそうである。また、これは安東（1986）の

「③社会的妥当化機能」とも考えられる。

④『実利』について考察する。近年、Webを通じたアフェリエイトが増加してきている。アフェリエイトを利用しているブログ利用者は、広告収入の売上げアップを目指すだろう。広告収入が増えるということは、自分のブログのアクセス数も増えていると考えられる。それと同時に、報酬も支払われ成果を見出すことができるため、達成感やモチベーションの向上にもつながっているのではないかと考えられる。

⑤『事実の情報交換』について考察する。ブログに限らずともWebでは数多の情報に溢れ返っている。「自分の持つ情報が誰かの参考になれば」といったように、情報共有ツールとして利用されている。このことは、CMCという媒体そのものが情報媒体である側面をカバーしていると思われる。

⑥『気持ちの交流』について考察する。これは安東(1986)の「④二者関係の発展」に近いといえるだろう。正確には、「不特定他者」との発展ともとれるが、他者と関わるという意味では似通っているといえるだろう。

## 2. ブログの書き込み前と書き込み後のモチベーションの変化について

### (1) 書き込み前のモチベーションについて

『動機づけ』の中には、「消極的状态」と「積極的動機」が含まれており相対するものであった。モチベーションが、「消極的状态」である理由としては、従来の日記と比べ、文章を推敲する作業に対して煩わしさを感じているからではないかと考える。「積極的動機」としては、「忘れないう

ちに書こう」,「分かりやすく書こう」など明確な意思を持っている。

## (2) 書き込み後のモチベーションについて

①『書込後のポジティブ効果』として「カタルシス」,「達成感」,「期待」,「安心感」,「作業の向上」が挙げられた。「カタルシス」は,ブログ利用者の心理的期待と合致したものであった。おもに,自己に対する効用に関しては,書き込み後に,ポジティブな効果を得られているのではないかと考える。『自己充足感』に含まれている「達成感」と合致していた。これも,「達成感」を心理的に期待しているものが,ブログの書き込み後に「達成感」を実感できているのではないかと考える。「期待」に関しては,ブログの書き込み後に,他者に対する期待が高まっているように見受けられる。「安心感」に関しては,ブログの書き込みによって視覚化され,「これで忘れることがない」など不安のツールとして利用することで「安心感」が持てているのではないかと思える。「作業の向上」は,目標を他者に宣言することにより,作業効果があがる「宣伝効果」が見受けられる。自分の設定した目標に関しての応援コメントや,評価を得られる可能性が高いため,目標を達成するためのモチベーションが上がると考える。おもに,自己に対する効用に関しては,書き込み後に,ポジティブな効果を得られているようである。

②「後悔」,「不安」,「落胆」というように『書込み後のマイナス感情』も構築されていた。匿名性が自己開示の促進要因となっているため,過度の自己開示をすることは,匿名性を障害し自己開示の抑制要因と

ともに,プライバシーに対する懸念によって,「後悔」や「不安」が生じると考えられる。また,他者に対してコメントや評価の期待度が高いが,期待ほどの成果が得られなかった時に,「落胆」を感じるのではないかと考える。

③書き込み後も,「ポジティブ効果」も「マイナス感情」も生まれずに変化を感じないものもいた。「マイナス感情」が生じず,「ポジティブ効果」も得られていないことから,他者に対する期待も少なく,自己に対する効用に関しても期待が低く,実感が湧いてないのではないかと考える。ブログが生活の一部となっているため,「あまり意識したことがない」という意見が目立ったのではないかと考える。

## 3. “現実場面”と“CMC場面”における各カテゴリー間の自己開示の特徴

### (1) 2つの場面における各カテゴリー間の自己開示の『差異』について

“現実場面”と“CMC場面”における「学校・職場・育児」,“現実場面”と“CMC場面”における「友人・同僚関係」に有意差が見られ,どちらも“CMC場面”での自己開示は,現実場面より低いという結果であった。“CMC場面”では,「視覚的匿名性」の特性によって自己開示が促進されるとされている。「視覚的匿名性」の保持のために“CMC場面”での「学校・職場・育児」,「友人・同僚関係」に関する自己開示度が,“現実場面”より低くなったと考える。

### (2) 2つの場面における各カテゴリー間の自己開示の『相関』について

#### 1) 相関に有意差が見られた項目について

「家族・家庭生活」,「恋愛」,「進路・将

来]、「趣味・関心・娯楽」において正の相関が見られた。「家族・家庭生活」,「恋愛」,「進路・将来」,「趣味・関心・娯楽」を,“現実場面”で自己開示する人は,“CMC場面”でも自己開示をしているといえるだろう。

特に,「家族・家庭生活」,「恋愛」,「進路・将来」は,“悩み”の種となりやすいテーマであり,ブログの利用者が,主に10代~30代が多いため,エリクソンの発達課題との関連も見受けられそうである。自分自身の“悩み”を“現実場面”で自己開示する人は,様々な意見や情報などを得るために“CMC場面”でも自己開示をして,不特定他者からの意見などを参考にしようとしているのではないかと考えられる。特に“CMC”は,膨大な情報を手に入れることが出来る。“現実場面”において,自分と似たような経験をした人が居ない場合には,“CMC場面”で類似体験をした人の日記や,体験談などの情報を仕入れたり当事者と交流も兼ねている場合もあると考えられる。ブログ利用者は,自分の「趣味・関心・娯楽」を他者に情報提供もアンケート調査からうかがえた。ブログは「趣味・関心・娯楽」と密接にかかわっていることから“CMC場面”での「趣味・娯楽・関心」も非常に高くなっているのではないかと考える。

## 2) 相関に有意差が見られなかった項目について

「自分の情報・身分・立場」,「身体・性」,「学校・職場・育児」,「友人・同僚関係」は,相関に有意差が見られなかった。

4つのタイプ(『両場面高開示型』,『CMC場面高開示型』,『現実場面高開示型』,『両

場面低開示型』)が散在していると考えられる。散在させる要因として,カテゴリーそのものの特性とインターネットにおける「視覚的匿名性」が影響しているのではないかと考える。

## 4. “CMC場面”内における書き込み内容(カテゴリー)間の自己開示の『相関』について

① “CMC場面”における「自分の情報・身分・立場」と「友人・同僚関係」には,負の相関が見られた。ブログに求める心理的期待の回答に関して,「紙に書くよりも早く,どこでも書けるため,本当にどこにでも持ち歩ける日記のような感覚なのでブログのことで他者に対して期待することはない。」とあるように,自分自身のことには焦点を当てる人は,他者に対する期待がないために,「友人・同僚関係」について自己開示度が低くなる傾向を表しているコメントともいえるだろう。

② “CMC場面”における「恋愛」と「友人・同僚関係」には,正の相関が見られた。他者交流に焦点を当てている人は,「恋愛」,「友人・同僚関係」に対して積極的に関わっていると考えられる。「恋愛」は,「友人・同僚関係」から発展する場合や,恋愛相談などを「友人・同僚」に持ちかけることも少なくはないだろう。“CMC場面”で「恋愛」について自己開示をするとそれと同時に「友人・同僚関係」について話す機会が多くなるのかもしれない。

## V まとめと今後の課題

### 1. まとめ

① ブログ利用者が求める心理的期待は,「自分の行動確認把握」,『気持ちの表出・

回顧』、『自己充足感』、『実利』など、＜自己に向かう効用＞を求めるタイプと、『事実の情報交換』、『気持ちの交流』など＜他者交流＞を求めるタイプに分けられた。

＜自己に向かう効用＞を求めるタイプでは、プロフィール的側面についてはあまり自己開示をせずに、「視覚的匿名性」を維持することによって、個々が“CMC場面”において自己開示したいテーマを話しやすくなるのではないかと考える。また、＜他者交流＞を求めるタイプは、「視覚的匿名性」を維持するよりも、友人や恋愛などの他者に関連するものがある程度自己開示することによって、他者が興味を持ってもらうような話題を自己開示すると、「他者交流」も満たされるのではないかと考えられる。

ブログの利用目的によって、「視覚的匿名性」を調整しながら活用することでよりよい心理的効果を得られるのではないかと考える。

②ブログの利用者の多くが、書き込み後に「ポジティブ効果」を感じていることが明らかになった。利用者が求める心理的期待は、“CMC場面”でも、“現実場面”と同じように自己開示で得られる心理的効果が有用に働いているといえるだろう。

注目すべき点としては、「文章能力の向上」や「作業の向上」が挙げられる。「文章能力の向上」はとりわけ、SNSの中においてブログで見られるのではないかと考える。ブログに書き込むことによって「文章能力」が上がったり、「作業の向上」が見られたりすると、スキルアップの一種として利用することで、個人の自分自身に対する自信や肯定感が高められ“現実場面”の能力の足しになるのではないだろうか。ただし、

過度の自己開示は「ネガティブ感情」を生じさせるため注意が必要である。

③“CMC場面”での「自分の情報・身分・立場」,「学校・職場・育児」といったプロフィール的側面に関しては“現実場面”に比べ有意に自己開示度が低くなっていることが明らかになった。“CMC場面”では、「視覚的匿名性」の特性によって自己開示が促進されるとされている。「視覚的匿名性」の保持のために、「自分の情報・身分・立場」,「学校・職場・育児」といったプロフィール的側面に関しては自己開示度を“現実場面”に比べ抑えているのではないかと考える。

④“CMC場面”内における「自分の情報・身分・立場」と「友人・同僚関係」には、負の相関が見られた。このことは、自分自身のことに焦点を当てる人、他者との交流に焦点を当てる人という2つのタイプに分かれているのではないかと考える。

“CMC場面”において「自分の情報・身分・立場」について自己開示するものは、「友人・同僚関係」など“他者”に関する話題が減る傾向にある。また、“CMC場面”において「友人・同僚関係」についてよく自己開示する者は、「自分の情報・身分・立場」など自分に関する話題が減る傾向にある。

また、“CMC場面”における「恋愛」と「友人・同僚関係」には、正の相関が見られた。両方とも“他者”の存在が見受けられる項目である。“CMC場面”で「恋愛」について自己開示するものは、「友人・同僚関係」についても“CMC場面”で自己開示をしやすいうである。

## 2. 本研究の問題点

①回答者が19名と少なかったため、性別、年代、および地域、職業も全て合わせた形となっているため、背景要因が見えにくいことも問題点の1つであろう。

②Webアンケート調査における質問も、自由記述式回答が多いため、客観性に関しては疑問が残る。

③自己開示の現象を捉えるには、量、広がり、深さの3つの観点が必要である。本研究では、自己開示の量は捉えられても、広がりおよび深さを判断する基準が曖昧であり、本調査では十分に広がりや深さに関しては拾いきれない部分があった。④Webアンケート調査において、各カテゴリーについて自己開示の頻度を“CMC場面”と“現実場面”の7件法でカテゴリーも8項目と少ないため、質問項目に関しても検討の余地が残る。

### 3. 今後の課題

①基本情報が均一になるように、十分な人数の確保と調査範囲の拡大に努める。

②今回の調査対象者は、“ブログの利用者”に限定されていたため、ブログ利用者だけではなく、twitterやFacebookなど他のSNSを利用者も調査対象にし、比較検討する。

③“自己効用を求めるブログ利用者”と、“他者交流”を求めるブログ利用者の2つのタイプに分かれた。

このことから、“自己効用”を求める利用者と“他者交流”を求める2群に分けて比較・検討する。

④ブログは、「匿名性」を操作できるこ

とが可能のため、匿名度の高低によって、ブログに対する心理的期待の差がみられるか検討する。

⑤自己開示の量だけでなく、広がりや深さの観点から捉えることによって、“CMC場面”と“現実場面”における自己開示を多角的に捉える。

### 謝辞

本論文を作成するにあたり、調査にご協力いただいた19名の皆様、指導をいただきました野島一彦教授ならびに野島研究室一同に深く感謝申し上げます。

### 文献

- 安藤清志 (1986) : 対人関係における自己開示の機能 東京女子大学紀要論集, 36(2), 167-199.
- 榎本博昭 (1997) : 自己開示の心理学的研究 北大路書房
- Jourard, S. M. (1971) : Self-disclosure : An experimental analysis of the transparent self. New York : John Wiley & Sons
- McKenna & Bargh (2000) : Plan 9 from cyberspace : The implications of the Internet for personality and social psychology. *Personality & Social Psychology Review*. 4, 57-75.
- 高橋佳子・深田博己 (2006) : CMCにおける自己開示の生起過程に関する研究 広島大学心理学研究, 6, 87-99.